

AANALISIS *PERSONAL BRANDING* DI MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus *Personal Branding* Sha'an d'Anthes di Instagram)

Oleh:
DYAH ARINI WIDYASTUTI
362013092

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mendapatkan
Gelar Sarjana Strata Satu (S1)

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DYAH ARINI WIDYASTUTI

NIM : 362013092 Email : dyahariniw@gmail.com

Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Judul tugas akhir : ANALISIS PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS PERSONAL BRANDING SHA'AN D'ANTHES
DI INSTAGRAM

Pembimbing : 1. Dr. Pamerdi Gili Wiloso, M. Si.
2. Seto Herwandito, S.Pd., MM., M.I.Kom

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 13 September 2017


meterai Rp. 6000
Dyah Arini Widyastuti
Tanda tangan & nama terdapat di bawah ini





PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DYAH ARINI WIDYASTUTI
NIM : 362013092 Email : 362013092@student.uksw.edu
Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : ANALISIS PERSONAL BRANDING DI MEDIA SOSIAL
(STUDI KASUS PERSONAL BRANDING SHA-AN PANTHES
DI INSTAGRAM)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbataskannya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.


Salatiga, 13 September 2017


Dyah Arini W

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,


Dr. Pamerdi Gili Wiloso, M.Si
Tanda tangan & nama terang pembimbing I


Seto Herwandito, S.Pd., MM., M.Ikom
Tanda tangan & nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS *PERSONAL BRANDING* DI
MEDIA SOSIAL
(Studi Kasus *Personal Branding* Sha'an
d' Anthes di Instagram)

Nama : DYAH ARINI WIDYASTUTI

NIM : 362013092

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

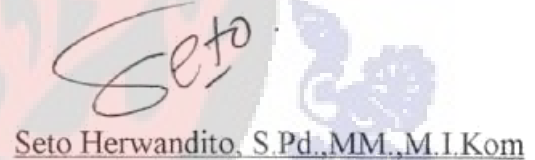
Menyetujui,

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping



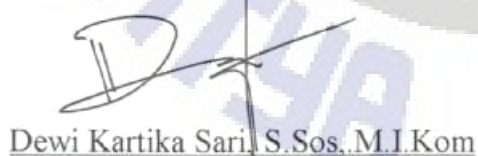
Dr. Pamerdi Gili Wiloso, M.Si



Seto Herwandito, S.Pd., MM., M.I.Kom

Diketahui Oleh,
Kaprodi

Disahkan Oleh,
Dekan



Dewi Kartika Sari, S.Sos., M.I.Kom



Des Daru Purnomo, M.Si

Disetujui tanggal : 13 September 2017

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2017

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang karena berkatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ANALISIS *PERSONAL BRANDING* DI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS *PERSONAL BRANDING* SHA’AN D’ANTHES DI INSTAGRAM)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program studi Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Satya Wacana, Salatiga.

Terselesaikannya karya ilmiah ini tidak lepas dari bimbingan, doa, dorongan, semangat dan bantuan banyak pihak serta fasilitas-fasilitas yang diberikan. Semoga Tuhan Yesus selalu memberkati kebaikan saudara-saudara, teman, dosen dan semua orang yang telah membantu. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang dalam kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menyertai dan menguatkan penulis dalam proses pengerjaan skripsi.
2. Mami Wiwik, Bulik Ning, Kakung Hardi dan Uti Sur yang telah memberikan dukungan moriil dan materiil serta membawa penulis selalu dalam doanya.
3. Pak Pam dan Mas Seto selaku dosen pembimbing skripsi, terimakasih atas bimbingannya selama penyusunan hingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Teman-temanku, penghuni Kost Kinanthi (Yudith, Ines, Nilam, Icha, Louis, Maya, Jessica, Getha, Fikry) dan Geng Lalala tercinta (Calvin, Yugo, Yosua, Erita dan Helena) yang selalu memberi dukungan dan menemani hari-hari penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk eksistensi kalian.
5. Teman-teman Republik Tiga Belas (REPTIL) yang telah memberikan kenangan indah selama masa perkuliahan ini. Berjuanglah untuk hari ini, lanjutkan untuk hari esok yang masih semu.

6. Teman-teman desainer kantor Simpul Rekacitra. Terimakasih untuk inspirasinya.
7. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Sosial dan Komunikasi.
8. Krisna Pradipta Tompo. Terimakasih untuk semangat dan dukungannya kepada penulis, serta selalu mendorong penulis untuk terus memperbaiki diri.
9. Bu Elly, induk semang Kost Kinanthi. Terimakasih sudah mengizinkan penulis untuk tinggal.
10. Mas Probo yang sudah mengarahkan penulis untuk mengambil jurusan Ilmu Komunikasi.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun telah banyak membantu kelancaran proses penyusunan skripsi

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan terdapat banyak hal yang perlu diperbaiki. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik untuk saat ini maupun di kemudian hari.

Dyah Arini W.

SARIPATI

Sha'an d'Anthes merupakan seorang ilustrator *indie* asal Australia yang melakukan *personal branding* menggunakan media sosial, salah satunya Instagram. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mendeskripsikan proses *personal branding* di media sosialnya dan juga untuk menganalisis interaksi yang terjadi di dalamnya. Dalam penelitian ini akan dibahas juga mengenai hubungan media sosial satu dengan yang lain yang digunakan oleh pelaku *personal brand* untuk mendukung *personal branding* yang dia bangun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk membangun *personal brand*, pelaku harus menentukan visi misi serta mengetahui kelebihan dan kekurangannya terlebih dahulu. Di media sosial, akan terjadi sebuah interaksi melalui fitur-fitur yang ada, misalnya, di Instagram terdapat fitur *like* dan *comment*. Dalam prosesnya, pelaku *personal branding* harus memerankan dirinya sendiri dan mampu menampilkan kepribadian secara nyata kepada audiens agar penanaman persepsi di benak audiens berjalan dengan baik dan *branding* yang dibangun berhasil. Apabila seorang pelaku *personal brand* tidak menampilkan sesuatu secara jujur atau dibuat-buat, maka audiens akan meragukan kredibilitas dari pelaku *personal brand* tersebut.

Kata kunci: *personal branding*, media sosial, Instagram, Sha'an d'Anthes, ilustrator.

ABSTRACT

Sha'an d'Anthes is an Australian indie illustrator who builds her personal brand using social media, such as Instagram. This study created to describe the process of personal branding in social media and to analyze the interactions that occur in it as well. This research will also discuss about social media relationships with one another media used to support personal branding that the actors built. The results showed that to build a personal brand, the actors must determine the vision of the mission and knows her advantages and disadvantages. In social media, there will be an interaction through the features provided by the social media, for example, in Instagram there are like and comment features. In the process, personal branding actors have to act as clearly as possible and be able to present their personality as real as possible to the audience so that the perception planted in audience's mind goes well and the branding works. If a personal brand actor does not present something honest or contrived, then the audience will doubting their credibility of the actor's personal brand.

Keywords: *personal branding, social media, Instagram, Sha'an d'Anthes, illustrator.*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
SARIPATI	iii
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
1.5. Definisi Konsep	9
1.5.1. Komunikasi	9
1.5.2. <i>Brand</i>	10
1.5.3. <i>Personal Branding</i>	10
1.5.4. <i>Brand Image</i>	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1. Pengertian Komunikasi	13
2.2. <i>Branding</i>	13
2.3. <i>Personal Branding</i>	14
2.4. <i>Eight Laws of Personal Branding</i>	15
2.4.1. <i>Laws of Specialization</i>	15
2.4.2. <i>Laws of Leadership</i>	16
2.4.3. <i>Laws of Personality</i>	17
2.4.4. <i>Laws of Distinctiveness</i>	17
2.4.5. <i>Laws of Visibility</i>	17
2.4.6. <i>Laws of Unity</i>	17
2.4.7. <i>Laws of Persistence</i>	17
2.4.8. <i>Laws of Goodwill</i>	18
2.5. Perkembangan Teknologi Komunikasi	18
2.6. Internet	19

2.7.	Instagram	20
2.8.	Tumblr	21
2.9.	Youtube	23
2.10.	Penelitian Terdahulu	24
2.11.	Kerangka Pikir	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		26
3.1.	Pendekatan dan Jenis Penelitian	26
3.2.	Unit Amatan dan Unit Analisa	26
3.3.	Sumber Data	26
3.3.1.	Sumber Data Primer	26
3.3.2.	Sumber Data Sekunder	27
3.4.	Metode Pengumpulan Data	27
3.5.	Analisis Data	28
BAB IV ANALISIS <i>PERSONAL BRANDING</i>		29
4.1.	Profil Narasumber	29
4.2.	Analisis Delapan Konsep <i>Personal Branding</i>	30
4.2.1.	Spesialisasi (<i>Law of Specialization</i>)	30
4.2.2.	Kepemimpinan (<i>Law of Leadership</i>)	36
4.2.3.	Kepribadian (<i>Law of Personality</i>)	38
4.2.4.	Perbedaan (<i>Law of Distinctiveness</i>)	42
4.2.5.	Kenampakan (<i>Law of Visibility</i>)	44
4.2.6.	Kesatuan (<i>Law of Unity</i>)	45
4.2.7.	Keteguhan (<i>Law of Persistence</i>)	45
4.2.8.	<i>Maksud Baik (Law of Goodwill)</i>	46
4.3.	Analisis Karakteristik <i>Personal Branding</i>	47
BAB V PENUTUP		54
5.1.	Kesimpulan.....	54
5.2.	Saran	56
Daftar Pustaka		57
Lampiran		59